

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan global sains dan teknologi menjadi salah satu pendorong utama untuk menciptakan lingkungan yang mampu memfasilitasi penelitian dan pengembangan teknologi, inovasi dan penciptaan produk atau layanan baru (Praswati, 2017). Hal ini memungkinkan suatu wilayah untuk bersaing di pasar industri (Sari & Retnaningsih, 2020).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002, disebutkan secara khusus pada Pasal 14 bahwa pemerintah, pemerintah daerah, dan/atau badan usaha dapat membangun kawasan, pusat peragaan, serta sarana dan prasarana ilmu pengetahuan dan teknologi lain untuk memfasilitasi sinergi dan pertumbuhan unsur-unsur kelembagaan dan menumbuhkan budaya ilmu pengetahuan dan teknologi di kalangan masyarakat. Merujuk pada pasal tersebut, pada tahun 2009 dibangun kawasan terpadu sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) Solo Technopark Kota Surakarta atau yang saat ini berkembang menjadi UPTD Kawasan Sains dan Teknologi (Solo Technopark). Kawasan tersebut dibangun di Jalan Ki Hajar Dewantara No.19, Jebres, Kecamatan Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah.

Solo Technopark memiliki tugas pokok melaksanakan kegiatan teknis operasional yang menunjang di bidang pelayanan ilmu pengetahuan dan teknologi kepada masyarakat. Hal ini tertuang dalam Peraturan Walikota Surakarta Nomor 13 Tahun 2009 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Solo Technopark Kota Surakarta. Sesuai dengan peraturan tersebut, Solo Technopark menyelenggarakan berbagai layanan seperti layanan teknis, layanan inkubasi bisnis, layanan pengembangan teknologi, dan layanan pendukung lainnya yang dapat diikuti oleh masyarakat khususnya oleh warga Kota Surakarta.

Sebagai salah satu kawasan sains dan teknologi, Solo Technopark menyelenggarakan layanan pelatihan dan pengembangan di bidang teknologi yang unggul untuk melahirkan sumber daya manusia berkualitas dengan standar internasional sehingga menghasilkan tenaga kerja terdidik dan terlatih yang

memiliki daya saing kuat dan terserap di dunia industri, serta menjadi motor penggerak ekonomi melalui kegiatan-kegiatan inovatif (Solo Technopark, 2021).

Solo Technopark mengundang mitra industri untuk berkolaborasi dalam pengembangan dan pembangunan Solo Technopark sebagai pusat vokasi, inovasi dan teknologi di Indonesia. Dukungan, kerjasama dan sinergi dari berbagai unsur yang meliputi akademisi, bisnis, pemerintah pusat dan/atau pemerintah daerah dan komunitas sangat diperlukan untuk menjadikan Solo Technopark sebagai *national role model* pengembangan inovasi dan talenta yang produktif. Bentuk dukungan yang diharapkan di antaranya berupa pengembangan program, sumber daya manusia dan sistem pendukung, pengembangan infrastruktur, dan penyerapan tenaga kerja yang terampil (Solo Technopark, 2021).

Identitas visual berperan penting dalam membentuk citra dan karakter yang unik bagi suatu bidang usaha atau entitas (Luzar & Monica, 2013). Menciptakan identitas visual yang kuat seperti logo yang mudah diingat dan elemen visual yang konsisten dapat meningkatkan ingatan dan menciptakan citra positif di kalangan audiens (Landa, 2011). Perancangan identitas visual yang kuat tidak hanya membedakan merek dari pesaing, tetapi juga menjadi pondasi dalam membentuk ekuitas merek, membentuk kepercayaan masyarakat, dan memengaruhi proses pengambilan keputusan oleh konsumen sehingga membantu pertumbuhan bisnis (Swasty, 2016).

Berdasarkan hasil pengamatan awal yang dilakukan peneliti melalui wawancara dan observasi kepada Bapak Risky Kurniawan sebagai Marketing Executive di Solo Technopark, diketahui bahwa Solo Technopark sudah memiliki logo. Namun, untuk penggunaan identitas visual lainnya masih belum konsisten. Tampilan desain pada akun Instagram Solo Technopark yang tidak konsisten disebabkan oleh perubahan *brand guidelines* setiap adanya pergantian periode mahasiswa magang melalui program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbudristek). Tampilan Instagram resmi Solo Technopark (@solotechnopark\_official) tidak memiliki konsistensi baik dalam penggunaan warna, *font* dan elemen visual lainnya. Hal ini ditunjukkan dengan penggunaan

elemen-elemen visual pada Instagram Solo Technopark yang berubah dalam periode-periode tertentu.

Selain itu, tampilan media promosi digital dan nondigital yang digunakan Solo Technopark tidak menggunakan satu sistem desain yang sama. Hal ini terlihat pada tampilan *website* resmi, brosur *company profile* dan Instagram Solo Technopark yang menggunakan elemen visual yang berbeda-beda. Tampilan *website* Solo Technopark didominasi oleh warna jingga dan putih dengan *supergraphic* yang terdiri dari elemen-elemen batik, sedangkan brosur *company profile* didominasi dengan penggunaan warna merah dan putih.

Solo Technopark masih lemah dalam penggunaan identitas visualnya, hal ini dibuktikan melalui hasil prasurvei yang telah dilakukan peneliti kepada warga Kota Surakarta. Hasil prasurvei menunjukkan bahwa sebesar 38% (19 responden) dari 50 responden tidak mengetahui logo dari Solo Technopark. Selain itu, sebesar 90% (45 responden) dari 50 responden mengingat lembaga lain ketika melihat warna merah. Padahal warna merah merupakan salah satu identitas visual yang terdapat pada logo yang sudah dimiliki Solo Technopark. Kemudian sebesar 72% (36 responden) dari 50 responden menyatakan bahwa tampilan Instagram Solo Technopark tidak konsisten dalam penggunaan elemen-elemen visualnya.

Lemahnya identitas visual yang dimiliki Solo Technopark berdampak pada kurangnya kesadaran akan eksistensi Solo Technopark. Hal ini dibuktikan melalui hasil prasurvei yang menunjukkan bahwa masih ada warga Kota Surakarta yang tidak mengetahui mengenai Solo Technopark, yaitu sebesar 6% (3 responden) dari 50 responden. Kemudian sebesar 50% (25 responden) dari 50 responden mengetahui Solo Technopark melalui strategi *Word of Mouth (WOM) marketing* atau yang lebih dikenal dengan strategi pemasaran mulut ke mulut. Sementara itu, hanya 22% (11 responden) dari 50 responden yang mengetahui Solo Technopark melalui media sosial dan *website* resmi yang dimiliki oleh Solo Technopark. Selain itu, sebesar 30% (15 responden) dari 50 responden menyatakan bahwa responden hanya sekadar mengetahui Solo Technopark tanpa mengetahui dan mengenal potensi besar yang dapat menarik minat masyarakat untuk mengembangkan berbagai potensi diri melalui berbagai fasilitas yang tersedia di Solo Technopark.

Dengan adanya identitas visual, memastikan konsistensi merek harus direpresentasikan secara visual di berbagai media promosi (Islam, 2018). Konsistensi tersebut dapat membentuk kesadaran merek (*brand awareness*) yang kuat dan mempermudah audiens untuk mengenali suatu merek atau entitas (Aulia *et al.*, 2021).

Sebagai kawasan yang diharapkan menjadi pusat inovasi dan pengembangan teknologi, Solo Technopark memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan daya saing Kota Surakarta baik dalam skala nasional dan internasional. Meskipun memiliki potensi yang besar, masih terbatasnya pengetahuan masyarakat tentang Solo Technopark menghambat perkembangan dan pertumbuhan Solo Technopark sebagai pusat kawasan teknologi dan inovasi. Oleh karena itu, diperlukan penguatan identitas visual melalui perancangan *brand guidelines* untuk memastikan konsistensi penggunaan identitas visual yang bertujuan untuk membentuk *brand awareness* di masyarakat.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa identitas visual merupakan hal penting yang perlu diperhatikan bagi suatu bidang usaha, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Najih dan Tri Cahyo Kusumandyoko yang berjudul “Perancangan Identitas Visual Tirai Psikologi di Blankspace Creative”. Dalam penelitian ini identitas visual yang disusun dalam *graphic standart manual* diterapkan pada berbagai media. Kemudian dilakukan pengujian dengan hasil skor sangat baik, hal ini menunjukkan identitas visual berhasil membentuk pengenalan *brand* (Najih dan Kusumandyoko, 2023).

Ditinjau dari latar belakang yang diuraikan, maka peneliti memandang perlu adanya perancangan identitas visual UPTD Kawasan Sains dan Teknologi (Solo Technopark) untuk menciptakan identitas visual yang kuat dan konsisten sebagai upaya dalam membentuk *brand awareness*. Sehingga peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “Perancangan Identitas Visual UPTD Kawasan Sains dan Teknologi (Solo Technopark) dengan Pendekatan *Design Thinking*”.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang yang telah diuraikan, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan identitas visual UPTD Kawasan Sains dan Teknologi (Solo Technopark)?
2. Bagaimana penerapan identitas visual pada media promosi UPTD Kawasan Sains dan Teknologi (Solo Technopark)?
3. Apakah identitas visual yang diterapkan secara konsisten pada media promosi UPTD Kawasan Sains dan Teknologi (Solo Technopark) membentuk *brand awareness* di masyarakat?

## 1.3 Batasan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, diperlukan batasan masalah untuk mengarahkan fokus penelitian dan mencegah pembahasan dengan lingkup yang terlalu meluas. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perancangan identitas visual hanya meliputi perancangan warna, tipografi dan supergrafis.
2. Penerapan identitas visual hanya meliputi penerapan pada media promosi berupa *website*, Instagram dan brosur.
3. Pengujian dilakukan kepada masyarakat yang sudah pernah terpapar identitas visual dari hasil perancangan.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Merancang identitas visual UPTD Kawasan Sains dan Teknologi (Solo Technopark) yang kuat dan menarik dalam membentuk *brand awareness*.
2. Menerapkan hasil perancangan identitas visual pada berbagai media promosi yang mendukung berupa *website*, Instagram dan brosur.

3. Mengetahui hasil pengujian terhadap penerapan identitas visual UPTD Kawasan Sains dan Teknologi (Solo Technopark) secara konsisten dalam membentuk *brand awareness*.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak yang dapat ditinjau secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi terhadap perkembangan ilmu desain komunikasi visual dengan memberikan informasi mengenai perancangan identitas visual bagi pihak-pihak yang membutuhkan referensi ataupun rujukan berupa studi literatur.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak seperti berikut:

1. Bagi UPTD Kawasan Sains dan Teknologi Solo Technopark, sebagai pertimbangan dan masukan dalam menerapkan identitas visual yang kuat dalam membentuk *brand awareness* di masyarakat.
2. Bagi masyarakat, sebagai wawasan dan pengetahuan mengenai pentingnya perancangan identitas visual dalam membentuk *brand awareness* bagi suatu bidang usaha.

### **1.6 Struktur Organisasi Skripsi**

Dalam penelitian ini, terdapat sistematika penulisan untuk membantu proses penelitian dan penulisan yang disusun sebagai berikut:

## **Bab 1 Pendahuluan**

Bab ini berisikan pembahasan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, batasan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

## **Bab 2 Kajian Pustaka**

Bab ini berisikan penjelasan mengenai landasan pemikiran dan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, internet, serta pendapat para ahli di bidangnya. Selain itu juga berisi penelitian-penelitian terdahulu yang relevan.

## **Bab 3 Metode Penelitian**

Bab ini berisikan uraian mengenai objek penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, prosedur penelitian, teknik pengumpulan data, serta analisis data.

## **Bab 4 Hasil dan Pembahasan**

Bab ini berisikan pemaparan hasil temuan penelitian dan pembahasan mengenai perancangan, tahapan yang dilakukan selama penelitian dan analisis hasil sesuai dengan rumusan masalah penelitian.

## **Bab 5 Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi**

Bab ini berisikan simpulan, implikasi dan rekomendasi berdasarkan hasil temuan pada penelitian.